

Türk Mutfağının İkilemi: Geleneksel Lezzetlerin Küresel Trendlerle Sınvı

The Dilemma of Turkish Cuisine: The Testing of Traditional Flavors with Global Trends

Onur BAYRAKCI 

Sorumlu Yazar | Corresponding Author

Doç. Dr. | Assoc. Prof. Dr.

Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi,

Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu

Balıkesir, Türkiye

obayrakci@bandirma.edu.tr | 0000-0001-5300-8389

Makale Bilgileri | Article Information

Makale Türü: Derleme Makale

Geliş Tarihi | Received: 05.09.2025

Yayın Tarihi | Published: 31.12.2025

İntihal: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği teyit edilmiştir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Katkı Oranı | Cont. Rate: O.B.%100

Etik Beyanı: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde etik ilkelere uyulmuştur.

Çıkar Çatışması: Yazar(lar) çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansman: Herhangi bir fon, hibe veya başka bir destek alınmamıştır.

Article Type: Review Article

Kabul Tarihi | Accepted: 11.11.2025

Yayın Sezonu | Pub Season: Aralık / Dec

Plagiarism: The paper has been reviewed by at least two referees and scanned via software.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Lisans | Copyright: CC BY-NC 4.0

Ethical Statement: Ethical principles were followed during the preparation.

Declaration of Interests: The author(s) have no conflicts of interest to declare.

Funding: No funds, grants, or other support was received.

Atıf | Citation: Bayrakci, O. (2025). Türk mutfağının ikilemi: Geleneksel lezzetlerin küresel trendlerle sınvı. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 26(57), 211-229.

<https://doi.org/10.70854/sobbiad.1778881>

Abstract

Food stands as one of the paramount cultural conduits, reflecting a society's identity, traditions, and collective way of life. In this context, Turkish cuisine holds a unique position, owing to its historical accumulation and interactions with diverse geographies. However, the rapid societal transformation driven by globalization, urbanization, and technological advancements has profoundly impacted this deeply rooted culinary culture. This study aims to examine the manifestations of this transformation on traditional Turkish cuisine and dietary habits. It investigates how sociological Dynamics -such as evolving family structures, women's increasing participation in the labor force, the rise of single-person households, and the influence of fast-food culture- are reshaping both our culinary practices and the sociality of the dining table. Furthermore, the study focuses on the modes of integration of social media and global food trends into Turkish cuisine, alongside the emerging debates concerning the preservation of traditional flavors within this process. The article addresses the inherent dichotomy Turkish cuisine faces in its endeavor to preserve its essence while adapting to the modern world. It underscores the critical importance of striking a balance between the traditional and the modern, and the local and the universal, for the sustainability of our culinary heritage.

Key Words: Culinary culture, Food, Identity, Globalization, McDonaldization

Öz

Yemek, bir toplumun kimliğini, geleneklerini ve kolektif yaşam biçimini yansıtan temel kültür taşıyıcılarından biridir. Bu bağlamda Türk mutfak, tarihsel birikimi ve farklı coğrafyalarla kurduğu etkileşim sayesinde benzersiz bir konuma sahiptir. Ancak küreselleşme, kentleşme ve teknolojik gelişmelerin yol açtığı hızlı toplumsal dönüşüm, bu köklü mutfak kültürü üzerinde derin bir etki yaratmıştır. Bu çalışma, söz konusu dönüşümün geleneksel Türk mutfak ve yemek alışkanlıkları üzerindeki tezahürlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Değişen aile yapıları, kadınların iş gücüne artan katılımı, tek kişilik hanelerin yaygınlaşması ve fast-food kültürünün etkisi gibi sosyolojik dinamiklerin hem mutfak pratiklerimizi hem de sofradaki toplumsallığı nasıl şekillendirdiği araştırılmaktadır. Ayrıca, sosyal medya ve küresel gıda trendlerinin Türk mutfakına eklenme biçimleri ve bu süreçte geleneksel lezzetlerin korunmasına yönelik ortaya çıkan tartışmalar da çalışmanın odak noktaları arasındadır. Makale, Türk mutfakının özünü korurken modern dünya ile uyum sağlama çabesindeki ikili gerilimini ele almaktadır. Geleneksel ile modern, yerel ile evrensel arasında kurulacak dengenin, mutfak kültürümüzün sürdürülebilirliği açısından taşıdığı hayati önem vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Mutfak kültürü, Yemek, Kimlik, Küreselleşme, McDonaldlaşma

Giriş

Mutfak, bir toplumun hafızasıdır. Coğrafyanın, tarihin, göçlerin ve kültürlerarası etkileşimin bin yıllara yayılan birikimiyle şekillenir; nesilden nesile aktararak kolektif bir kimliğin en somut ifadelerinden birine dönüşür. Bu anlamda Türk mutfak, dünyanın en zengin ve köklü mutfak geleneklerinden biri olarak öne çıkar. Orta Asya'nın göçebe çadırlarından Anadolu'nun kadim medeniyetlerine, Osmanlı'nın ihtişamlı saray sofralarından günümüzün çok katmanlı kent yaşamına uzanan bu lezzet yolculuğu, Türk mutfak kültürünü yalnızca bir yemek repertuarı değil, aynı zamanda yaşayan bir tarih ve kültür mozaiki hâline getirmiştir (Kızıldemir vd, 2014: 192-193).

Ancak 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren tüm dünyayı etkisi altına alan küreselleşme olgusu söz konusu bu köklü birikimle şekillenmiş olan kadim mutfak kültürünü derinden sarsan yeni bir sınavla karşı karşıya bırakmıştır. Uluslararası fast-food zincirlerinin yaygınlaşması, küresel gıda endüstrisinin dayattığı tüketim kalıpları, sosyal medyanın yemek alışkanlıkları üzerindeki dönüştürücü gücü ve modern hayatın getirdiği hızlı yaşam temposu, geleneksel mutfak pratiklerini ve onunla iç içe geçmiş sosyal ritüelleri kaçınılmaz bir değişime zorlamaktadır. Bu süreç, Türk mutfak binlerce yıllık geleneksel lezzetleri ve sofrası kültürünü koruma gerekliliği ile

küresel gastronomi trendleriyle bütünleşerek evrenselleşme ve yenilenme arzusu arasında bir ikilemin merkezine yerleştirmiştir (Özaydın ve Yalçın, 2025: 117-118).

Bu çerçevede, makale geleneksel Türk mutfak kültürünün küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan çok boyutlu dönüşüm sürecini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışma, Türk mutfağının McDonalddlaşma, füzyon mutfağı, değişen aile yapıları, artan bireysel yaşam ve dijitalleşme gibi olgular karşısında geçirdiği dönüşümü inceleyecektir. Araştırma, bu dönüşümü tetikleyen sosyolojik, ekonomik ve kültürel faktörleri, Harrington'ın gastronomik kimlik modeli gibi kuramsal çerçeveler eşliğinde ele alacak; fast-food kültürünün yayılmasının geleneksel sofraya adabına etkilerinden, Starbucks örneği üzerinden kahve kültürünün dönüşümüne, sosyal medyanın yarattığı "hedonik açlıktan" füzyon mutfağının sunduğu yenilikçi fırsatlara kadar geniş bir yelpazede incelemelerde bulunacaktır.

Bu çalışmanın ortaya koymaya çalıştığı temel olgu, Türk mutfağının küreselleşme karşısında yaşadığı dönüşümün basit bir "geleneksel mi, modern mi?" ikileminden ibaret olmadığıdır. Asıl tartışmaya açtığımız nokta, bu sürecin, geleneksel lezzetler ve sofraya kültürünün özünü koruyarak aynı zamanda küresel etkilerle zenginleşmenin yollarını arayan dinamik ve çok boyutlu bir uyum süreci olduğudur. Kritik öneme sahip dengeler ise tam da bu noktada ortaya çıkmaktadır: Otantik tatlar ile yenilikçi yorumlar arasındaki denge, hızlı yaşam pratikleri ile yemek yemenin sosyal ritüel boyutu arasındaki denge ve nihayetinde, kimliği sabit bir kalıp olarak koruma ile onu evrilen bir olgu olarak zenginleştirme arasındaki dengedir. Çalışma, Türk mutfağının bu sınavdan geçerken karşılaştığı bu temel gerilim alanlarını haritalandırmayı ve sağlıklı bir dönüşüm için gerekli olan farkındalığı yaratmayı amaçlamaktadır.

Bu çalışma, Türk mutfak kültüründeki dönüşümü ele alan zengin literatüre, konuyu bütünlük bir analiz çerçevesi içinde ele alarak katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Mevcut araştırmalardan farklı olarak, geleneksel aile yapısının dönüşümü, yalnız yaşam pratikleri, sosyal medyanın yarattığı yeni tüketim eğilimleri ve tüketimin bir kimlik göstergesi hâline gelmesi gibi birbirleriyle bağlantılı sosyal, ekonomik ve kültürel dinamikleri aynı perspektifte değerlendirerek sürecin karmaşıklığını anlamayı hedefler. Çalışmanın kuramsal katkısı, Harrington'ın gastronomik kimlik modelini Türk mutfağı bağlamında uygulamasında ve McDonalddlaşma ile füzyon mutfağı gibi zıt görünen olguları, küresel-yerel etkileşiminin birbirini tamamlayan parçaları olarak yorumlamasında yatmaktadır. Starbucks ve Türk kahvesi kültürünün karşılaştırmalı analizi ise bu kuramsal yaklaşımı somutlaştırarak argümanı desteklemektedir.

1. Mutfak ve Kültür

Türk mutfak kültürünün köklerinden beslenen tarihsel birikimi ve küreselleşme sürecinde maruz kaldığı dönüşüm, onu salt bir beslenme geleneği olmaktan öteye taşımakta; toplumsal hafızanın, kimliğin ve kültürel sürekliliğin taşıyıcı bir aktarıcısı konumuna getirmektedir. Bu durum, kültürün -Giddens'in (2000: 77) da belirttiği gibi- bireylerin yaşam pratiklerini şekillendiren inanç, düşünce ve değerler sisteminin bir yansıması olarak mutfak yoluyla kuşaklar arasında

aktarılmasıyla yakından ilişkilidir. Nitekim Almerico'nun (2014: 4) işaret ettiği üzere, öğrenilen ve gelişim gösteren bir olgu olan kültürün en canlı ifadelerinden biri olan yemek kültürü, biyolojik bir ihtiyaç olmanın ötesinde, toplumsal bağları güçlendiren, kimlik inşa sürecine katkıda bulunan ve değişen koşullara uyum sağlarken geleneği yeniden yorumlayan dinamik bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır (Fox, 2024: 1).

Kültürün bu öğrenilen ve aktarılan yönü, özellikle yemek kültüründe somut bir şekilde karşımıza çıkar. Nitekim yemek, toplumsal belleğin en canlı taşıyıcılarından biri olarak kuşaklar arasında köprü vazifesi görür. Toplumlarda, birey ve yemek arasında derin ilişkiler yatmaktadır. Yemek kültürü, toplumsal sınıflar arasındaki sınırları belirler, dâhil etme ve dışlama göstergesi olarak işlev görür. Dolayısıyla, yemek hem bir anlam taşıyan sembolik bir iletişim aracı, hem de insanlar için fiziksel ve toplumsal açıdan önemli bir olgudur (Gürhan, 2017: 1206-1207). Yemekler aile ve toplulukları birbirine bağlar. Gelenekler yemek kültürü aracılığıyla diğer nesillere aktarılır (Kınay, 2024: 39).

Yemek kültürünün toplumsal bağları güçlendiren ve kimlik oluşturan işlevi, aynı zamanda bireylerin ve toplulukların kendilerini ifade etme biçimlerini de yansıtır. Besin tercihleri ve tüketim alışkanlıkları, bireylerin kimliklerinin şekillenmesinde önemli rol oynar; zira yemek, en temel tüketim pratiği olarak sosyal bir gösterge işlevi görür. Tükettiğimiz gıdalar ve onları tüketme biçimimiz -örneğin vejetaryen olmak, belirli dinî kurallara göre beslenmek ya da geleneksel sofra adabına sahip çıkmak- hangi toplumsal gruba ait olduğumuzu ve diğer gruplardan nasıl farklılaştığımızı gösteren bir işaret olabilir (Kınay, 2024: 39). Jean-Anthelme Brillat Savarin'ın *Lezzetin Fizyolojisi* adlı eserinde "Bana ne yediğini söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim" şeklinde özetlenebilecek ünlü sözü de bu gerçeği vurgular. Nitekim Savarin'ın de işaret ettiği gibi, yemek ve beslenme alışkanlıkları toplumların kültürel kodlarını ve değer yargılarını yansıtır (Fırat, 2014: 130). Bunun yanı sıra, din, aidiyet, iktidar ilişkileri ve gelenek gibi olgular da neyin yenilebilir sayıldığını, yemek zamanlarının nasıl düzenlendiğini ve sofradaki davranış kurallarını doğrudan belirleyerek yemek kültürünü şekillendirir (Cohen, 2021).

Yemeğin bu kimlik inşa edici ve kültürel kodları yansıtan yönü, aslında onun sadece bir beslenme eylemi olmadığını, aynı zamanda karmaşık bir sosyo-kültürel sistem olan mutfak kültürünün bir parçası olduğunu gösterir. Mutfak kültürü ise beslenmeyi sağlayan yiyecek ve içecek kültürünün, hazırlanma, pişirme, saklama ve tüketim süreçlerinin, aynı zamanda bu süreçte kullanılan araç-gereçlerin derlenerek oluşturduğu bir kültürel yapıyı anlatır (Uzel, 2017: 38). İnsanlar sosyal olarak organize bir şekilde yemek yerlerken, mutfak kültürün bir parçası olarak aynı zamanda sofrada uyulması gereken kurallara, yemek sunumlarına, yemek seçimlerine dikkat ederler. Aynı zamanda, yaşanan coğrafya da yemek kültürünü etkileyen önemli unsurlardan birisidir (Ademoğlu, 2023: 130).

Mutfak kültürünün bu çok boyutlu yapısını sistematik bir şekilde açıklamak için Harrington'ın gastronomik kimlik modeli, yemeğin bireysel tercihlerden kültürel mirasa uzanan karmaşık ilişkiler ağını anlamak için kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır. Harrington'un gastronomik kimlik modeli, mutfak ve kültür arasındaki kavramsal çerçeveyi en iyi sunan teorilerden birisidir. Bu teoride, gastronominin sadece fiziksel

bir ihtiyaç değil, aynı zamanda bir kimlik ifadesi olduğunu vurgular. Harrington'un modeli şu şekilde ifade edilebilir (Harrington, 2008:131-134):

1. Bireysel Tercihler: Damak zevki, sağlık, etik seçimler
2. Kültürel Miras: Aile, gelenekler, ulusal mutfak.
3. Sosyal Kimlik: Din, sosyal sınıf, arkadaş çevresi.
4. Küresel-Yerel Etkileşim: Fast food vs. geleneksel yemekler.
5. Sembolik Anlam: Yemeklerin duygusal/tarihsel değeri

Yukarıda sayılan bireysel, kültürel ve sosyal faktörlerin bir araya gelmesi bireylerin ve dolayısıyla da bireylerin içinde yaşadıkları toplumların gastronomi kimliğini oluşturur.

1.1. Türkiye’de Mutfak Kültürü

Beslenme hem biyolojik hem de kültürel bir süreçtir. Toplumların yemek alışkanlıkları, coğrafi koşulların yanı sıra kültürel değerlerle de şekillenir. Bireylerin yemek seçimleri, hazırlama ve tüketme biçimleri, içinde bulundukları toplumsal grubun geleneklerine göre farklılık gösterir. Türk mutfağı da kendine özgü lezzetleri, çeşitliliği ve pişirme teknikleriyle diğer kültürlerden ayrılan zengin bir yemek kültürüne sahiptir (Birer, 1990: 251).

Bu zengin mutfak kültürünün oluşumunda yalnızca coğrafi ve kültürel etkenler değil, aynı zamanda tarih boyunca kurulan büyük imparatorlukların mutfak gelenekleri de belirleyici olmuştur. Türk mutfağının zenginliği ve yiyecek çeşitliliğinin artmasının arkasında yatan sebepler, Asya ve Avrupa kıtalarıyla olan ilişkisi, Anadolu'nun kültürel zenginliği ve ticaret, savaşlar, göçler, din, iletişim ve teknolojiye yaşanan gelişmelerdir (Akman, 2021). Bununla birlikte yeni mutfak kültürünün şekillenmesinde Selçuklu ve Osmanlı imparatorluklarının saray mutfaklarında geliştirilen yeni tatlar da önemli rol oynamıştır (Diker vd., 2018: 4).

Türk mutfağının bu çok katmanlı gelişimi, yalnızca tarihsel etkileşimlerle sınırlı kalmamış, modernleşme sürecinde Batı ile kurulan ilişkilerle de yeniden şekillenmiştir. Günümüz Türk mutfağının değişim ve dönüşüme uğramasının başlangıç yılları Batı ile ilişki kurduğumuz Tanzimat yıllarına rastlar (Birer, 2021: 256). Fransız Mutfağının bu dönemde tüm Avrupa’da baskın olması ve seçkinlik işareti olarak görülmesi sonucu Osmanlı mutfağı da etkilenmiş ve mutfaklar “Alaturka Osmanlı Mutfağı” ile “Alafranga Osmanlı Mutfağı” şeklinde ayrılmıştır. Yine bu dönemde yerde yemek yeme kültürü Batının etkisiyle masada yemeğe dönüşmüştür (Hatipoğlu ve Batman, 2014: 64-68). Cumhuriyet döneminde ise ülkemizde Anadolu (Halk) mutfağı ve İstanbul (saray) mutfağı olarak adlandırılan ikili bir mutfak kültürü ortaya çıkmıştır (Kızıldemir vd., 2014: 199).

Bu ikili mutfak kültürü içinde özellikle İstanbul mutfağı hem tarihsel derinliği hem de coğrafi konumunun sağladığı avantajlarla Türk mutfağının en dinamik ve kozmopolit yüzünü temsil etmiştir. İstanbul mutfağının temel özelliklerini şekillendiren sebep İstanbul’un Roma, Bizans ve Osmanlı’ya başkentlik yapmasıdır. Kültürlerarası iletişimin zenginliğini içinde barındıran kentin mutfağı da bundan beslenmiş ve zenginleşmiştir (Palan, 2023). Diğer taraftan İstanbul’un dünyanın en büyük ticaret merkezlerinden birisi olmasından dolayı şehirde çok çeşitli

gıda ürünlerinin bulunmasını sağlamıştır. İstanbul'un limanları, dünyanın dört bir yanından gelen malzemelerin bu mutfağa girmesine olanak tanımıştır. Bu da İstanbul mutfağını zenginleştirmiş ve çeşitli tatların bir araya gelmesine olanak sağlamıştır (Karaman, 2023: 606). İstanbul mutfağının bir diğer özelliği ise İstanbul'un en fazla göç alan kent olmasıdır. Ülkenin her yerinden göç alması sonucu özellikle Anadolu'dan gelenlerin yoğunluğu kentin mutfağını da Batı-Doğu olarak adlandıracağımız sentez bir kültüre dönüştürmüştür (Közlme, 2012: 156).

İstanbul mutfağının bu kozmopolit yapısına karşın, Anadolu mutfağı ise binlerce yıllık kadim kültürlerin harmanlandığı, nesilden nesile aktarılan geleneksel bir mirası temsil etmektedir. Anadolu mutfağının zenginliğinin kaynağını Anadolu topraklarının binlerce yıldır çeşitli topluluklara ev sahipliği yapması ve yemek kültürünün bir nesilden diğerine, bir topluluktan diğer topluluğa geçmesinin sonucu sentez bir yemek kültürünün oluşumuna neden olmuştur (Akın v.d., 2015: 45). Yemek kültürü Anadolu da sözlü olarak ve deneyimleyerek aktarılmıştır. Teknolojide yaşanan son gelişmeler ile birlikte bu mutfağın kendine has olan özellikleri değişirken (Arman ve Ören, 2020: 3) diğer taraftan Anadolu mutfağı daha geniş kitlelere hitap etmeye başlamış ve farklı yöresel yemekler diğer bölgelerde de popüler hâle gelmiştir (Akın v.d., 2015: 44). Yemek, yalnızca neyin yenileceğini belirleyen bir unsur değil; toplumsal ilişkilerin düzenlenmesinde sosyalleştirici bir işlev üstlenen ve hem bireysel hem de kolektif kimliğin oluşumuna katkı sağlayan kültürel bir olgudur (Beşirli, 2021: 23-54).

Yemeğin bu kimlik inşa edici ve sosyalleştirici rolü, aslında modern toplumlarda giderek genişleyen tüketim kültürünün bir yansımasıdır; zira 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren tüketim eylemi, salt fiziksel ihtiyaçların ötesinde kimlik performansı ve sosyal statü göstergesi hâline gelmiştir. Tüketim, temel ihtiyaçların karşılanmasından öte, kültürel, psikolojik ve sosyal bir olgu olarak da önem kazanmıştır. Geleneksel işlevinin ötesinde, bireylerin istek ve arzularını tatmin etme, kimlik oluşturma ve statü göstergesi olma gibi yeni anlamlar taşımaktadır (Bayhan, 2022: 3-4). Toplumsal olarak tüketim, bireylerin toplumda kabul görme ve itibar kazanma ihtiyacını karşılarken (Taş, 2020: 38). Kültürel açıdan duygularını ifade etme ve eylemlerinin kabul edilmesi işlevi görmektedir (Köksalan, 2021: 35).

2. Küreselleşme ve Beslenme Kültürü

Yeme-içme alışkanlıklarının ve yemek kültürlerinin 80'li yıllardan sonra değişime uğramasının en önemli nedeni, küreselleşmenin etkisidir. Küreselleşmenin yarattığı kültürel etki, gıdaların üretiminden tüketimine kadar toplumların yemek kültürü üzerinde derin izler bırakmış (Beşirli, 2021: 21) ve bu yeni durum "yemeğin küreselleşmesi" olarak adlandırılmıştır (Mendez, 2014: 207-208).

Küreselleşmenin yemek kültürleri üzerindeki bu dönüştürücü etkisi, çeşitlilik ve erişim kolaylığı gibi olumlu yönler taşımakla birlikte, aynı zamanda kültürel homojenleşme ve Batı hegemonyası gibi eleştirileri de beraberinde getirmiştir. Öyle ki, her türlü gıdaya dünyanın her yerinde ulaşılabilir olması, geleneksel beslenme alışkanlıklarını da değiştirmiştir (Mendez, 2014: 208). Bu değişim olumlu bir gelişme olarak görülse de bazı kaygıları da beraberinde taşımaktadır. Ritzer, küreselleşmenin bu olumsuz yönünün altını çizer ve Batı'nın, özellikle de ABD'nin, kültürel

hegemonyasını medya ve kültür endüstrisi aracılığıyla diğer ülkelere taşıyarak dünyayı Amerikanlaştırdığını öne sürer (Cukalevska ve Dragović, 2018: 125). Richard Kuisel ise Amerikanlaşmayı, “*Amerikalı olmayanlar tarafından, Amerika/ Amerikalılarla yakından ilişkili ürün, imaj, teknoloji, uygulama ve davranışların ithal edilmesi*” şeklinde tanımlamaktadır (Kuisel, 1993; Ritzer, 2011b: 35).

İşte bu kültürel hegemonya ve Amerikanlaşma eleştirileri, küreselleşmenin yemek kültürleri üzerindeki etkisinin yalnızca ürün erişilebilirliğiyle sınırlı olmadığını, aynı zamanda modern yaşam tarzlarının yol açtığı derin sosyolojik ve psikolojik sonuçları da beraberinde getirdiğini göstermektedir. Küreselleşme perspektifinden bakıldığında yemek meselesi; yaşamın hızlanması, bilimin baskınlığı, otantikliğin kaybı, doğayla bağlantının zayıflaması, yerel olanın küresel tarafından dönüştürülmesi ve fizyolojik ve zihinsel stres ile hastalıklara dair endişeler gibi temalarla ele alınmaktadır (Nützenadel ve Trentmann, 2008: 2).

2.1. McDonaldlaşma

Tüm dünyanın homojen bir kültür etrafında dönüştürülmesi, Ritzer tarafından "globalization" olarak adlandırılır (Ritzer, 2011a: 171-172). Bu sürecin en belirgin tezahürlerinden biri olan McDonaldlaşma ise, aslında sadece bir yiyecek ürünü değil, dünyanın kültürel olarak Batı'nın önderliğinde standartlaştırılmasını sağlayan ve Batı kültürünü dünyanın geri kalanına yaymaya çalışan bir araçtır (Cukalevska ve Dragović, 2018: 123). Bu süreç, bireylerin kimlikleri ve kolektif bilinçleri üzerinde olumsuz etkiler yaratır. Zira yiyecek, sadece bir eylemden öte bir kimlik meselesidir. Modern toplumlarda gıda, endüstrinin bir konusu hâline gelmiş; yiyecekler kültürel bağlamından kopararak fabrikalarda üretilen ve hızlı tüketilen nesnelere dönüştürülmüştür. Gıda ve kültür arasındaki bağ kopararak farklı kültürler homojenleştirilmiş ve bu durum, bireylerin orijinal kimliklerinden uzaklaşmasına yol açmıştır (Karhan, 2021: 154-156, 160).

McDonaldlaşmanın yarattığı bu kültürel homojenleşme süreci, yalnızca mutfak kültürlerinin standartlaşmasıyla sınırlı kalmamış, aynı zamanda bireylerin kimlik algılarını derinden etkileyerek yeni bir kültürel emperyalizm biçiminin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. McDonaldlaşma mutfakların ve dolayısıyla tatların homojenleşmesine sebep olmaktadır. Bu durum da yerel ve özel olanın yok edilmesine ve tepeden inme aynı tatların oluşmasının alt yapısını oluşturmuştur (Mak ve Lumbers, 2012: 180). Dolayısıyla da yemek kimlik ile ilgili olduğundan kimlikler de zarar görmektedir. Bu bağlamda yemek kültürünün değişimi yeni emperyalizmle bağlantılı olarak ele alınabilir. Daha önceki dönemlerde silah zoruyla işgal topraklar, küreselleşmeyle beraber boyut değiştirmiş ve kültürel emperyalizme eğilmiştir.

Bu kültürel emperyalizm süreci, geleneksel mutfakların yok oluşunun ötesinde, ulusötesi şirketlerin gıda sistemleri üzerindeki ekonomik hakimiyetini de beraberinde getirmiştir. Küreselleşmenin sonucunda, ulusötesi şirketlerin sınırlar arasında herhangi bir engele takılmadan serbestçe geçiş yapma özgürlüğü, bu şirketlerin ülkelerin yeme-içme kültürlerini ele geçirdiğini ve geleneksel mutfaklar üzerinde olumsuz etkiler yarattığını göstermektedir. Ulusötesi şirketler, yiyecek ve içeceği metalaştırarak sermayenin bir parçası hâline getirirken, diğer yandan yemek

kültürlerini küresel ölçeğe çekerek homojenleştirmiştir (Nützenadel ve Trentmann, 2008: 2).

Küresel gıda şirketlerinin bu ekonomik ve kültürel etkileri, Türkiye'de de kendini göstermiş ve özellikle son dönemlerde toplumun beslenme alışkanlıklarında köklü değişimlere yol açmıştır. Türkiye'nin küresel pazarlara dâhil olmasından sonra, son birkaç on yılda halkın beslenme alışkanlıklarında yeni trendler ortaya çıkmıştır. Özellikle gençler arasında batı tarzı beslenme trendleri artış göstermiştir. Fast food ve dışarıda yeme kültürünün çeşitli sebepleri bulunmaktadır. İşgücü piyasalarının hızlanması, kentleşme, kadınların çalışma hayatında daha görünür hâle gelmesi, din gibi faktörler bu değişimin ana sebepleri arasında sayılabilir (Akbaş v.d., 2007: 904-905).

Beslenme alışkanlıklarındaki bu değişim sadece ekonomik ve sosyal faktörlerle sınırlı kalmamış, aynı zamanda bireylerin psikolojik ihtiyaçlarını karşılama ve kimlik inşası süreçlerinde de önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Bunun yanı sıra, dışarıda yemenin sosyolojik ve psikolojik pek çok etkisi vardır. İnsanların sosyalleşme isteği ve günlük rutinlerden çıkma arzusu, dışarıda yemek yemeyi motive edici bir aktivite hâline getirir. Bu durum, yalnızca karın doyurmanın ötesinde, değişiklik ve sosyalleşme gibi başka ihtiyaçları da karşılayarak hızla yaygınlaşmıştır (Özdemir, 2022: 211). Ayrıca, tüm bu ev dışı aktiviteler, sosyal medyanın yeme-içme alışkanlıklarımızda ve yemeği algılayış biçimimizde önemli bir rol oynamasıyla daha da pekişmektedir (Özdemir, 2022: 211). Yeme-içme eylemi fiziksel ihtiyaçtan öte bireylerin kimliklerini inşa etmede ve statü göstermede görünürlüğü ön plana almasıyla daha farklı anlamlar kazanmıştır (Çakıcı ve Sünnetçioğlu, 2022: 757-758).

Yeme-içme eyleminin bu kimliksel ve sosyal boyutları, aslında daha geniş bir tüketim toplumu yapılanmasının parçası olarak görülmelidir; zira küreselleşme, modernizmin aksine bireyleri tüketici kimlikleri etrafında şekillendiren yeni bir sosyal düzen inşa etmiştir. Fırat ve Venkatesh'e göre tüketim toplumu; özel ve kamusal alanların ayrılması, medya ve kamusal söylemler aracılığıyla bu toplum modelinin inşası, toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde erkeklerin üretime kadınların ise tüketim faaliyetlerine kanalize edilmesi ve nihayetinde pazarlama teknikleriyle bireylerin 'alışveriş yapanlar'a dönüştürülmesi gibi süreçlerle oluşturulmuştur (Fırat ve Venkatesh, 1995: 247).

Bu tüketim odaklı dönüşüm, yalnızca bireysel alışkanlıkları değil, aynı zamanda toplumsal yapının temel taşlarından olan aile sofralarını ve kültürel aktarım mekanizmalarını da derinden etkilemiştir. Nitekim Türkiye'de dışarıda yemek yeme oranının ve bu durumun sosyal kabul edilebilirliğinin artması, sofranın değişimlere yol açmıştır. Aile bireylerinin yoğun iş temposu nedeniyle bir arada yemek yememeleri, aile sofralarındaki alışkanlıkları değiştirmiştir. Özellikle Z kuşağı ve sonraki kuşaklar, Türk mutfağına ait bazı gelenekleri bilmemekte ve bu uygulamalar postmodern dünyada yok olma tehlikesiyle karşı karşıyadır (Uçuk ve Buyruk, 2020: 275-276).

Aile sofralarındaki bu dönüşüm, yalnızca kültürel aktarımı tehdit etmekle kalmamış, aynı zamanda giderek artan yalnız yaşayan bireylerin beslenme alışkanlıklarında da köklü değişimlere yol açmıştır. Özellikle son birkaç on yıldır Türkiye'de yalnız yaşayan birey sayısının 2014 yılında 2,9 milyondan 2023 yılında 5,2

milyona çıkması (Davut, 2024), yemek alışkanlıklarını değiştirmiş ve beraber yeme ve sosyalleşme gibi alışkanlıklar terkedilmeye başlanmıştır. Yalnız bireylerin artışı hazır ve yarı hazır hâle getirilen yemeklerin tüketiminde artışa neden olmuştur (Önçel, 2015: 39).

Yalnız yaşayan bireylerin artışıyla şekillenen bu yeni beslenme alışkanlıkları, aslında küresel ölçekte yaşanan daha geniş bir dönüşümün parçasıdır; zira restoran zincirlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte yemek kültürleri giderek tek tipleşmekte ve geleneksel pratikler yerini küresel modalara bırakmaktadır. Küreselleşen dünyada restoran ve kahve zincirlerinin yaygınlaşmasıyla yemek ekseninde tek tipleşme kaçınılmaz hâle gelmiştir. Yemek, küreselleşmenin hızlı dönüşümüyle değişime uğramaktadır. Yemek hazırlama, sunma ve tüketim biçimlerinde yaşanan bu değişiklikler, gelenekleri terk etmekten ziyade belli dönemleri kapsayan yeme- içme modalarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu durum, küreleşmenin mutfak kültürlerine yansımaları olarak değerlendirilebilir (Uçuk ve Buyruk, 2020: 275-276).

Küresel kahve kültürünün yerel pratikler üzerindeki dönüştürücü etkisine ilişkin çarpıcı bir örnek, Türk kahvesi geleneğinin küresel bir marka karşısındaki konumlanışında gözlemlenebilir. Türkiye pazarına 2003 yılında giren Starbucks kahve işletmelerinin sayısı 2024 itibarıyla 685'e ulaşmıştır (Starbucks, 2024). Şirket verilerine dayalı olarak Statista istatistik portalı tarafından hazırlanan bir analize göre ise Türkiye, Avrupa ülkeleri arasında en fazla Starbucks perakende noktasına sahip ikinci ülke konumundadır (Çavuş, 2018). Bu niceliksel yaygınlık, geleneksel bir içecek olan Türk kahvesinin toplumsal ve kültürel alandaki geleneksel ağırlığının göreceli olarak azalışına işaret eden somut bir gösterge olarak değerlendirilebilir.

Bu küresel kahve zincirlerinin yaygınlaşması, yalnızca tüketim alışkanlıklarını değil, aynı zamanda kahvenin toplumsal ve kültürel anlamlarını da dönüştürerek, geleneksel sosyal bağların yerini bireysel tüketim pratiklerine bırakmasına yol açmıştır. Türk kahvesi, özel günler ve ziyaretler gibi sosyal ortamlarda toplumsal dayanışma, düzen, etkileşim, birliktelik ve paylaşımı simgeler. Kahve, içildiği yer ve zamana göre farklı anlamlar taşır; taziye evinde acının paylaşımını, misafirlikte konukseverliği, arkadaş ortamında dostluğu simgelerken (Karhan, 2021: 156-157), Starbucks gibi küresel markalar aracılığıyla kahve, günümüzde bir yaşam tarzının ve kimlik göstergesinin ifadesine dönüşmüştür. Starbucks, sadece kahve içmek için değil, aynı zamanda mekânın ve üzerindeki logonun taşıdığı anlamları tüketmek için yapılan bilinçli bir tercihtir. Starbucks'ta kahve tüketmek, bazı tüketiciler için sadece bir içecek tercihidir öte anlamlar taşımaktadır. Bu tercih, bireylerin sosyo-ekonomik statüsünü göstermenin bir aracı (statü), kişisel tarzını vurgulamanın bir yolu (farklılık), çağdaş yaşam tarzlarına ayak uydurmanın bir göstergesi (trendlere uyum) veya belirli bir sosyal gruba ait olduğunu ifade etmenin bir sembolü (benzerlik) olarak işlev görmektedir (Şeşen ve Şiker, 2019: 3345-3346). Türk kahvesi bireyleri birbirine bağlayıp gelenekleri yaşatırken Starbucks ve türevleri olan kahve türleri ise kafe ortamında, elindeki teknolojik cihazlarla ilgilenen, yalnız bireyleri oluşturmaktadır (Kavlak ve Akova, 2022: 28).

Kahve tüketimindeki bu dönüşüm, aslında dijital çağın yarattığı daha geniş bir sosyal değişimin parçasıdır; zira günümüzde yeme-içme deneyimleri giderek daha

fazla sosyal medya platformlarında görselleştirilmekte ve bireylerin tüketim alışkanlıkları bu dijital etkileşimlerle şekillenmektedir. Facebook ve Instagram gibi sosyal medya platformlarında yemeklerin sunum ve görselliğinin günümüz bireyleri üzerinde önemli etkileri vardır. Bu ve bunun gibi platformlarda paylaşılan yemek fotoğraflarının ve videolarının iştah açıcı ve estetik olmasının sebebi haz yaratmayı amaçlamalarıdır. Paylaşılan bu içerikler, insanların farklı kültürlere ait yiyeceklerle tanışmasını sağlarken, yemek tüketimini eğlence ve haz unsuru hâline getirerek bireylerin tüketim alışkanlıklarını değiştirirken, obezite ve farklı sağlık sorunlarına neden olan hedonik açlığı tetiklemektedir (Balabaz, 2024).

Sosyal medyanın yeme-içme alışkanlıkları üzerindeki görsel ve hedonik etkisi, küreselleşmenin derin bir yansıması olarak, kültürlerin iç içe geçmesiyle hem beslenme biçimlerinin hem de beden algıları ve güzellik ideallerinin giderek tek tipleşmesine neden olmaktadır (Beşirli, 2021: 21).

Küreselleşme, tüketici davranışlarını ve tüketim kalıplarını dönüştürerek, modern toplumlarda yeni eğilimlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Moda gibi psiko-sosyal faktörler, küreselleşmeyle birlikte daha belirgin hâle gelmiştir. Küreselleşme tek tip tüketiciler yaratarak bireylerin satın alma davranışlarını ve tüketim tercihlerini şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Bu standartlaşma süreci, beslenme alışkanlıklarını da kapsamakta ve bireyleri benzer yemek tercihlerine yönlendirmektedir. Uluslararası küresel firmalar tüketim alışkanlıklarını değiştirmekte, belirli yaşam tarzlarını bireylere dayatmakta ve bunun sonucunda da tıpkı diğer ürünler gibi yemeği de tüketimin bir nesnesi hâline getirmektedir (Hanus, 2018: 170-174).

Küresel firmaların bu tek tip tüketim kalıplarını dayatması, yalnızca bireysel tercihleri değil, aynı zamanda ulusal gıda sistemlerini de dönüştürerek, gelişmiş ülkelerin kültürel hegemonyasını pekiştiren bir mekanizma hâline gelmiştir. Bu kültürel hegemonya süreci, gelişmiş ülkelerin kendi kültürlerini diğer kültürler üzerinde baskın kılma çabalarının bir sonucu olarak görülebilir. Bu süreçte, hazır yemek restoranları, süpermarket ve hipermarketler, fast food işletmelerinin çoğalması, özellikle genç kitleler başta olmak üzere hazır gıda tüketiminin artması olarak açıklamaktadır (Çelik ve Aytakin, 2023: 197).

Küresel firmaların dayattığı bu kültürel hegemonyanın Türk mutfacı üzerindeki en somut yansıması, fast food tüketiminin artmasıyla birlikte geleneksel yemek kültürümüzün zaman gerektiren ritüellerinin ve sosyal işlevlerinin zayıflamaya başlamasıdır. Örneğin, yemeklerin uzun sürelerde hazırlanması, aile bireylerinin birlikte sofraya oturması ve yemek süresince sosyal etkileşimde bulunması gibi geleneksel pratikler, fast food'un sunduğu pratik çözümler karşısında giderek daha az tercih edilir hâle gelmektedir. Fast food ve diğer hazır yemek kültürünün bu kadar yaygın olmasının belki de en önemli sebebi, geleneksel Türk yemeklerinin malzeme hazırlığı, pişirme süreci ve sunum aşamaları itibarıyla zaman yoğun bir süreç gerektirmesine karşılık, hazır gıdaların pratik ve hızlı tüketime uygun olmasıdır. Örneğin, kıymalı yaprak sarmasının hazırlanması; yaprakların ayıklanması, iç harcın hazırlanması, sarılması ve pişirilmesi gibi uzun aşamalar gerektirirken, bir hamburgerin sipariş edilip tüketilme süresi birkaç dakikayı geçmemektedir. Tüm bunlarla beraber fast food ve hazır yiyecek tüketimi bir yandan hızlı yendiğinden ve

taze olmadığından sağlık sorunlarını tetiklerken, diğer yandan geleneksel Türk mutfağının sofra adabı, sofranın kuruluş düzeni, sofra etrafında sosyalleşme ve birliktelik gibi değerlerine zarar (Çetin ve Şen, 2021: 33-35).

2.2. Füzyon Mutfak Kültürü

Özünde füzyon mutfacı, farklı mutfak geleneklerinden gelen unsurların sanatsal bir şekilde bir araya getirilmesiyle, yalnızca lezzet açısından değil, aynı zamanda kültürel sembolizm açısından da zengin yemekler yaratılmasıdır. Bu mutfak yaklaşımı, sınırların harmanlanmasını ve farklı kültürler arasındaki artan etkileşimi yansıtan küresel bir eritme potası fikrinin somut bir örneğidir (Nanda, 2024: 249).

Füzyon mutfacın bu evrensel niteliği, aslında mutfak kültürlerinin dinamik yapısının doğal bir sonucudur; zira yemek kültürleri coğrafi hareketlilikle birlikte sürekli bir etkileşim ve dönüşüm içindedir. Yemek ve içecek kültürü (mutfak) bireylerin kültürel koşulları sonucu ortaya çıkan ürünlerdir. Her bir coğrafi mekân diğer coğrafi mekanlarla iletişime geçerek kendi mutfacını yeniler ve bu mutfacı içselleştirir. Bireyler de toplumsal kimliklerini ve beğenilerini/damak zevklerini oluştururken içinde bulundukları toplumun mutfacından da doğrudan etkilenir. Bu bağlamda mutfak kültürü sosyalleştirici bir rol oynadığından bireyler göç ettikleri zaman da alışmış oldukları mutfak kültürünü de kendileriyle birlikte taşırlar. Taşınan mutfak iki önemli sonucu doğurur. İlki, gidilen ülkenin mutfacı ile karşılaşılması sonucu iki mutfacın iç içe geçerek füzyonu oluşturması, ikincisi ise, gidilen ülkede göç eden bireylerin mutfacının tanıtılması ve mutfacın evrenselleşmesidir. Dönerin yerel olmaktan çıkıp evrenselleşmesi buna en iyi örnektir.

Füzyon mutfacın bu evrenselleşme süreci, küreselleşmenin artan kültürlerarası etkileşimleriyle daha da hız kazanmış; turizm hareketliliği ve çok kültürlülük talepleri, geleneksel lezzetlerin yenilikçi yorumlarla buluşmasını zorunlu kılmıştır. Füzyon mutfacının bu denli popüler olmasının altında yatan en önemli sebeplerden bir tanesi de küreselleşme sonucu kültürlerarası iletişim ve turizmin artışı sayılabilir. Turistler bir yandan yeni kültürlerle tanışırken diğer yandan da gittikleri destinasyonlarda geleneksel yemeklerin yanı sıra kendi damak zevklerinin de olmasını talep etmektedirler. Gelenekselle modernin bir araya getirilmesi füzyon yemeklerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Uyar ve Zengin, 2015: 361), örneğin, patlıcan beğendiyle, Fransız Mutfacının peynirli suflesinin birleşmesi sonucu ortaya çıkan 'Patlıcan Beğendili Sufle' Türk Mutfacının Fransız Mutfacı ile sentezlenmesi sonucu doğmuş olan bir füzyon mutfak uygulamasıdır (Can v.d., 2012: 873-882). Kısacası, bu yeni yemek kültürü hibrit yemek kültürü olarak da adlandırılabilir.

Füzyon mutfacın yükselişi, kültürlerin birbirine temas ettiği her noktada yeni bir lezzet ve kimlik arayışının ürünüdür. Küreselleşmenin hızlandığı bu süreç, yalnızca yemeklerin değil, toplumların da birbirine nasıl entegre olduğunu gösteren dinamik bir örnektir. Geleneksel lezzetlerin modern tekniklerle harmanlanması, sınırların ötesinde bir mutfak diyalogu yaratırken, aynı zamanda kültürel çeşitliliğin zenginliğini de ortaya koymaktadır. Füzyon mutfacın geleceği, bu diyalogun sürekliliğine ve insanların farklı tatları keşfetme arzusuna bağlıdır. Nihayetinde,

yemek yalnızca bir beslenme aracı değil, aynı zamanda kültürlerin buluştuğu, yeniden yorumlandığı ve evrenselleştiği bir köprüdür.

Küreselleşmenin gastronomi alanındaki en belirgin yansımalarından biri olan füzyon mutfağı, Türk Mutfağı üzerinde hem olumlu hem de olumsuz anlamda çeşitli etkiler yaratmaktadır. Olumlu etkileri arasında, mutfağa yenilikçi ve yaratıcı bir soluk getirmesi öne çıkar. Geleneksel Türk yemeklerine farklı mutfak kültürlerinden malzemeler, soslar ve pişirme tekniklerinin dâhil edilmesi, nar ekşili-soya soslu tavuk veya beyaz peynirli kruvasan gibi yepyeni ve modern lezzetlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu durum, Türk Mutfağı'nın uluslararası arenada daha tanınır ve dinamik bir mutfak hâline gelmesine katkıda bulunurken, aynı zamanda yerel ürünlere farklı bir perspektiften bakılmasına ve genç neslin ilgisini çekmesine de olanak tanımaktadır.

Ancak bu etkileşim, beraberinde bazı riskleri de getirmektedir. En büyük endişe, aşırıya kaçan füzyon uygulamalarının yemeklerin otantisitesini ve özgünlüğünü zedeleyerek kültürel bir yozlaşmaya yol açabilmesidir. Geleneksel bir yemeğin karakterinin, orijinal lezzet profilinden uzaklaştırılarak bozulması, mutfak kimliğinin aşınmasına neden olabilmektedir. Ayrıca, moda akımlarının etkisiyle yüzeysel olarak yapılan ve ticarileşen füzyon denemeleri, geleneksel tatların ve yemek yapma tekniklerinin zamanla unutulması tehlikesini doğurmaktadır. Sonuç olarak, füzyon mutfağı Türk Mutfağı için zenginleştirici fırsatlar sunmakla birlikte, geleneksel özün korunmasına özen gösterilmediği takdirde kimlik kaybına varan olumsuz sonuçlara da neden olabilmektedir. Bu nedenle, dengeyi gözetken, geleneği koruyarak yenilikçi yaklaşımları teşvik eden bir anlayış büyük önem taşımaktadır.

3. Tartışma

Bu çalışma, geleneksel Türk mutfak kültürünün küreselleşme ile birlikte içine girdiği çok boyutlu dönüşüm sürecini analiz etmeyi amaçlamıştır. Elde edilen bulgular, bu sürecin "geleneksel mi, modern mi?" şeklindeki basit bir ikilikle açıklanamayacak kadar karmaşık olduğunu ortaya koymaktadır. Tartışmamızı, bu karmaşıklığı şekillendiren üç temel gerilim alanı etrafında yapılandırabiliriz: kimlikte süreklilik ve değişim arasındaki diyalektik ilişki, McDonalddlaşma ile füzyonun paradoksal birlikteliği ve dijitalleşmenin mutfak kültürü üzerindeki çift yönlü etkisi.

1. Gastronomik Kimlik: Sabit Bir Kalıp mı, Evrilen Bir Süreç mi?

Harrington'ın gastronomik kimlik modeli çerçevesinde yapılan analiz, Türk mutfağının, bireysel tercihlerden küresel etkilere uzanan bir dizi faktörün kesişiminde sürekli olarak yeniden tanımlandığını göstermektedir. Bu bulgu, mutfak kültürünün durağan ve değişmez bir olgudan ziyade, dinamik ve inşa edilmiş bir süreç olduğu yönündeki çağdaş literatürle (örneğin, Giddens, 2000; Almerico, 2014) örtüşmektedir. Ancak, bu çalışmanın vurguladığı kritik nokta, bu dinamizmin "gelenek" kavramını tamamen geçersiz kılmadığıdır. Aksine, gelenek, küresel akımla bir diyalog içinde sürekli olarak yeniden yorumlanmakta ve seçici bir şekilde canlı tutulmaktadır. Örneğin, füzyon mutfak uygulamalarında "patlıcan beğendi" gibi geleneksel bir lezzet öğesinin kullanılması, geleneğin reddedilmesi değil, yeni bir bağlamda yeniden değerlendirilmesidir. Bu durum, Türk mutfak kimliğinin,

otantikliği katı bir şekilde korumakta değil, değişen koşullara uyum sağlarken kültürel anlamını sürdürebilmekte arandığını göstermektedir.

2. McDonalddlaşma ve Füzyon: Birbirini Dışlayan Zıtlıklar mı, Tamamlayıcı Dinamikler mi?

Çalışmanın ortaya koyduğu en çarpıcı bulgulardan biri, Ritzer'in (2011a) "grobalization" olarak tanımladığı homojenleştirici McDonalddlaşma süreci ile, kültürel çeşitliliği ve melezleşmeyi teşvik eden füzyon mutfağının aynı anda ve iç içe işliyor olmasıdır. Literatürde genellikle birbirine zıt olarak konumlandırılan bu iki olgu, Türk mutfak sahnesinde paradoksal bir birliktelik sergilemektedir. Bir taraftan, fast-food zincirleri standartlaştırılmış tüketim kalıplarını yaygınlaştırırken, diğer taraftan, bu küresel akışlar, yerel aktörler tarafından emilerek "Türk usulü burger" veya "nar ekşili tavuk" gibi hibrit formlara dönüştürülmektedir. Bu durum, küreselleşmenin tek tip bir kültürel emperyalizm modeliyle değil, yerelleşme (glocalization) süreçleriyle ilerlediği tezini desteklemektedir. Starbucks'ın Türk kahvesini menüsüne alması, küresel bir markanın yerel bir lezzeti metalaştırması olarak okunabilir; ancak aynı zamanda, bu lezzetin küresel bir platformda görünürlük kazanması ve belki de yeni bir tüketici kitlesi tarafından keşfedilmesi anlamına da gelir. Dolayısıyla, tartışılması gereken asıl mesele, bu iki dinamiğin hangi koşullarda kültürel bir zenginleşmeye, hangi koşullarda ise bir aşınmaya yol açtığıdır.

3. Dijital Çağın İkilemi: Sosyalleşme mi, Yalnızlaşma mı?

Sosyal medyanın mutfak kültürü üzerindeki dönüştürücü etkisi, derin bir ikilemi barındırmaktadır. Bir yandan, Instagram ve YouTube gibi platformlar, Türk mutfağının görsel zenginliğini küresel ölçekte sergileyerek ona benzeri görülmemiş bir tanıtım imkânı sunmakta ve "foodie" kültürüyle birlikte yemek yapmaya olan ilgiyi canlandırmaktadır. Öte yandan, bu platformların teşvik ettiği "hedonik açlık" ve yemeğin görsel tüketimi, yemekleri sadece "instagramable" nesnelere indirgeme riski taşımaktadır. Daha da önemlisi, makalede de belirtildiği üzere, dijitalleşme geleneksel yüz yüze sosyalleşme pratiklerini dönüştürmektedir. Starbucks'ta kahve içen ve ekranına odaklanan bireyin deneyimi, Türk kahvesinin fal bakma, sohbet etme gibi kolektif ritüellerinden niteliksel olarak farklıdır. Bu, yeni bir tür "bireysel sosyalleşme" veya "kalabalıklar içindeki yalnızlık" formu yaratmaktadır. Buradaki tartışma, teknolojinin sosyal bağları güçlendirip güçlendirmedeği ya da yüzeyselleştirip yalnızlaştırdığı üzerinedir.

4. Yapısal Faktörlerin Belirleyici Rolü ve Gelecek Senaryoları

Son olarak, bu dönüşümü tetikleyen yapısal faktörlerin –kentleşme, kadınların işgücüne katılımı, artan bireysel yaşam– geri döndürülemez olduğu kabul edilmelidir. Bu nedenle, "eskiye dönüş" nostaljik bir arzu olmanın ötesine geçemez. Asıl odaklanılması gereken, bu yeni koşullar altında geleneksel mutfak kültürünün değerlerinin (misafirperverlik, paylaşım, taze malzeme kullanımı, sosyal dayanışma) nasıl korunabileceği ve aktarılabilirliği. Örneğin, hızlı tempolu yaşamda, "hızır yemek" ile "ev yemeği" arasındaki farkı bulanıklaştıran, ancak geleneksel tatları ve

sağlıklı pişirme yöntemlerini önceleyen yeni iş modelleri (örneğin, abonelikle ev yemeği hizmetleri) bir çözüm yolu olabilir mi? Füzyon mutfağın, geleneksel tariflerin özünü bozmadan, onları çağdaş damak zevklerine ve beslenme ihtiyaçlarına uyarlayan bir araç olarak kullanılması teşvik edilebilir mi?

Sonuç olarak, bu çalışmanın bulguları, Türk mutfağının küreselleşme karşısında pasif bir kurban olmadığını, aksine aktif, yaratıcı ve uyum sağlayıcı stratejiler geliştiren dinamik bir kültürel sistem olduğunu göstermektedir. Geleceği şekillendirecek olan, bu stratejilerin, kültürel kimliğin özünü oluşturan değerleri koruyacak şekilde bilinçli olarak yönlendirilip yönlendirilemeyeceğidir. Bu da sadece tüketici tercihlerine değil, aynı zamanda eğitim politikalarına, gastronomi turizmi stratejilerine ve gıda endüstrisi düzenlemelerine bağlı olacaktır.

Sonuç

Türk mutfak kültürünün küreselleşme karşısındaki dönüşümü incelendiğinde, bu sürecin tek yönlü bir yok oluş veya basit bir ikilemden ziyade, çok katmanlı ve dinamik bir uyum süreci olduğu görülmektedir. Bu araştırmanın bulguları, Türk mutfağının hem geleneksel değerlerini koruma hem de küresel trendlerle bütünleşme çabası içinde olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, Harrington'ın gastronomik kimlik modeli çerçevesinde değerlendirildiğinde, Türk mutfak kültürünün bireysel tercihler, kültürel miras, sosyal kimlik, küresel-yerel etkileşim ve sembolik anlam boyutlarının her birinde önemli dönüşümler yaşadığı gözlemlenmiştir.

McDonalddlaşma olgusunun Türk mutfacı üzerindeki etkisi incelendiğinde, bu sürecin yalnızca fast-food tüketiminin artışıyla sınırlı kalmadığı, aynı zamanda toplumsal hafızanın önemli bir taşıyıcısı olan geleneksel sofranın sosyal işlevlerini de derinden dönüştürdüğü tespit edilmiştir. Özellikle aile yapısındaki değişim ve bireysel yaşam tarzlarının yaygınlaşmasının geleneksel mutfak pratikleri üzerinde yıkıcı etkiler yarattığı görülmektedir. Geleneksel aile sofralarının yerini bireysel tüketim pratiklerinin alması, sadece beslenme alışkanlıklarını değil, aynı zamanda kültürel aktarım mekanizmalarını da zayıflatmaktadır.

Ancak bu dönüşüm süreci yalnızca olumsuz etkilerle sınırlı değildir. Füzyon mutfağın yükselişi, Türk mutfağının küresel gastronomi trendleriyle eklemlenerek kendini yeniden üretme kapasitesine işaret etmektedir. Geleneksel lezzetlerin modern yorumlarla buluşması, Türk mutfağının uluslararası arenada görünürlüğünü artırırken, aynı zamanda yerel ürünlere farklı bir perspektiften bakılmasına olanak tanımaktadır. Bu durum, küreselleşmenin mutfak kültürleri üzerindeki paradoksal etkisini göstermektedir: Bir yandan geleneksel pratikleri aşındırırken, diğer yandan ulusal mutfakların küresel ölçekte tanınırlığını artırmaktadır.

Çalışmanın ortaya koyduğu en önemli bulgulardan biri, sosyal medya ve dijitalleşmenin mutfak kültürünü dönüştürmedeki belirleyici rolüdür. Yemek tüketiminin giderek görselleşmesi ve “hedonik açlık” olgusunun yaygınlaşması, geleneksel mutfak değerlerinden uzaklaşmada önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer yandan, Starbucks örneğinde olduğu gibi küresel markaların yaygınlaşması, geleneksel Türk kahvesi kültürünün sosyal işlevlerinin dönüşümüne yol açarken, aynı zamanda yeni tüketim pratikleri ve kimlik ifadeleri de yaratmaktadır.

Bu araştırmanın bir diğerk önemli katkısı, Türk mutfağının dönüşümünü tetikleyen faktörlerin birbiriyle olan karşılıklı ilişkisini ortaya koymasındır. Değışen tüketim alışkanlıkları, kadınların iş hayatındaki artan rolü, evlilik yaşının yükselmesi ve bireysel yaşam tarzlarının yaygınlaşması gibi faktörlerin bir arada ele alınması gerekmektedir. Bu faktörlerin her biri, Türk mutfak kültürünün dönüşüm sürecinde farklı boyutlarıyla etkili olmaktadır.

Kısaca, bu çalışma Türk mutfağının içinde bulunduğru dönüşüm sürecinin, geleneksel olanın tamamen reddedildiğı veya korunduğı bir ikilikten ziyade, sürekli bir müzakere ve yeniden yorumlama süreci olduğunu göstermektedir. Türk mutfağının geleceğı, geleneksel değerklerin korunması ile küresel trendlere uyum sağlama arasındaki dengenin nasıl kurulacağına bağılı görünmektedir. Bu bağlamda hem yerel mutfak değerklerinin korunması hem de küresel gastronomiyle sağılıklı bir etkileşim kurabilmek için kültürel politikaların ve gastronomi eğitiminin önemi ortaya çıkmaktadır.

İleriki araştırmaların, bu dengenin nasıl sağlanabileceğine dair somut politika önerileri ve farklı toplumsal kesimlerin bu sürece nasıl dâhil edilebileceğı üzerine odaklanması önerilmektedir. Ayrıca, Türk mutfağının dönüşüm sürecinin farklı bölgelerde ve sosyal sınıflarda nasıl tezahür ettiğine dair karşılaştırmalı çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu tür çalışmalar, Türk mutfak kültürünün geleceğı için daha kapsamlı ve etkili stratejiler geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Türk mutfağının zengin tarihsel birikimi ve kültürel çeşitliliğı, onun bu dönüşüm sürecinden güçlenerek çıkma potansiyelini barındırmaktadır. Ancak bu potansiyelin gerçekleşebilmesi için geleneksel ile modern, yerel ile evrensel arasında sağılıklı bir denge kurabilen, çok katmanlı ve kapsayıcı bir mutfak politikasına ihtiyaç bulunmaktadır.

Kaynakça

- Ademoğlu, A., Özkaya, F.D. (2023). Güneydoğru Anadolu Bölgesinde evlenme törenlerinde yapılan gastronomi uygulamaları. *Gaşıantep University Journal of Social Sciences*, 22(1), 323-349. <https://doi.org/10.21547/jss.1171559>
- Akbay, C., Tiryaki, G. Y., Gül, A. (2007). Consumer characteristics influencing fast food consumption in Turkey. *Food Control*, 18, 904-913. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2006.05.007>
- Akın, G., Özkoçak, V., Gültekin, T. (2015). Geçmişten günümüze geleneksel Anadolu mutfak kültürünün gelişimi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi*, (30), 33-52. https://doi.org/10.1501/antro_0000000319
- Akman, M. (2019). Osmanlı mutfak kültürünün tarihsel gelişimi. İçinde *Türk Mutfağı*. N. Şanlıer, M. S. Sürücüoğlu (Ed.), 64-75. Ankara: Hedef Yayıncılık.
- Almerico, G. M. (2014). Food and identity: Food studies, cultural, and personal identity. *Journal of International Business and Cultural Studies*, 8, 1-8. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.26973.05608>
- Arman, A., Ören, T. Ş. (2020). Anadolu mutfak kültürü'nün unutulmaya yüz tutmuş mısır unu bazlı yemek örnekleri. İçinde *Anadolu Mutfak Kültüründen Esintiler*

- M.S. Küçüküçü, Y. Seçim, M. M. Adabalı, M. Yılmaz (Ed.), 1-9. Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.
- Ay, Ş., Şahin, K. (2014). Eski Yakınoğu'da yemek simgeselliği üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (12), 331- 358. https://www.tarihinpesinde.com/dergimiz/sayi12/M12_14.pdf
- Aydoğan, Ş. (2024, Temmuz 28). Cumhuriyet. cumhuriyet.com: <https://www.cumhuriyet.com.tr/saglik/sosyal-medyadaki-yemek-icerikleri-hedonik-acligi-tetikliyor-2231966#:~:text=Dijital%20d%C3%BCnyan%C4%B1n%20sundu%C4%9Fu%20s%C3%BCrekli%20haz,beslenme%20al%C4%B1%C5%9Fkanl%C4%B1klar%C4%B1m%C4%B1z%C4%B1%20olumsuz%20etkil> (Erişim: 29 Temmuz 2024).
- Balabaz, B. (2024, Temmuz 23). aa.com.tr. AA: <https://www.aa.com.tr/tr/saglik/sosyal-medyadaki-yemek-icerikleri-hedonik-acligi-tetikliyor/3283113> (Erişim: 12 Eylöl 2024).
- Bayhan, M. (2022). Tüketim toplumunda kimlik inşası. *19 Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 47- 57. <https://doi.org/10.52835/19maysbd.1022911>.
- Beşirli, H. (2021). *Yemek sosyoloğisi*. Ankara: Phoenix Yayınları.
- Birer, S. (1990). Türk mutfağının tarihsel gelişim süreci içerisindeki değişimi ve bugünkü durumu. *Beslenme ve Diyet Dergisi / J. Nutr. and Diet*, 19, 251- 260. <https://beslenmevediyetdergisi.org/index.php/bdd/article/view/689/641>
- Can, A., Sünnetçioğlu, S., Özkaya, F. D. (2012). Füzyon mutfağı uygulamalarının gastronomi turizminin gelişimine katkısı. 13. Ulusal Turizm Kongresi. 873-882, Antalya.
- Cohen, A. B. (2021). You can learn a lot about religion from food. *Current Opinion in Psychology*, 40, 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.07.032>
- Cukalevska, M. D., Dragović, A. (2018). Robertson's and Ritzer's conceptions of globalization. *Balkan Social Science Review*, 11, 115-131.
- akıcı, S., Sünnetioğlu, A. (2022). Dışarıda yemek yeme amalarında sosyal görünürlüğün etkisi: anakale örneği. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(2), 754-768. <https://www.joghat.org/uploads/2022-vol-5-issue-2-full-text-167.pdf>
- avuş, G. (2018, 09 04). Teyit. teyit.org: <https://teyit.org/analiz/turkiyede-ve-avrupada-bulunan-starbucks-subelerinin-sayilari-hakkindaki-iddialar> (Erişim: 06 Ağustos 2014).
- elik, H., Aytekin, İ. (2023). Küreselleşme ve iktisadi büyümenin gıda güvenliği üzerindeki etkisi: MIST Ülkeleri için ampirik Bir Analiz. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (57), 189-199. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1171163>.
- etin, N., Şen, Ö. (2021). Halkbilimi bağlamında Türkiye'de yeme-içme kültürü. İçinde *Fast Food Ve Türk Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme*, S. Kılıç (Ed.), 26-40. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Davut, M. (2024, Şubat 11). Anadolu Ajansı. aa.com: <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/turkiyede-yalniz-yasayanlarin-sayisi-5-2-milyona-yaklasti/3133918#> (Erişim: 06 Ağustos 2024).

- Diker, O., Deniz, T., Çetinkaya, A. (2016, October). History of Turkish cuisine culture and the influence of the Balkans. *IOSR Journal of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, 21(10), 1-6.
<https://doi.org/10.9790/0837-2110060106>
- Fırat, F., Venkatesh, A. (1995). Liberatory postmodernism and the reenchantment of consumption. *The Journal of Consumer Research*, 22(3), 239-267.
<https://doi.org/10.1086/209448>
- Fırat, M. (2014/4). Yemeğin ideolojisi ya da ideolojinin yemeği: Kimlik bağlamında yemek kültürü. *Folklor/edebiyat Dergisi*, 20(80), 129-140.
https://www.folklorededebiyat.org/Makaleler/597697772_fe-80-8.pdf
- Fox, R. (2024). Food and eating: An anthropological perspective. *Social Issues. Research Centre*, 1-21
- Temmuz 15, 2024 tarihinde Social Issues Research center: http://www.sirc.org/publik/food_and_eating_3.html adresinden alındı
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*. Çev. H. Özel. Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Gürhan, N. (2017). Yemek ve din: Yemeğin dini simgesel anlamları üzerine bir inceleme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 1204-1223.
<https://doi.org/10.15869/itobiad.315633>
- Hanus, G. (2018). The impact of globalization on the food behaviour of consumers – Literature and research review. *Cbu International Conference On Innovations in Science And Education*, 170-17. Prag: Czech Republic.
- Harrington, R. J. (2008). Defining gastronomic identity. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 129-152. https://doi.org/10.1300/J385v04n02_10
- Hatipoğlu, A., Batman, O. (2014). Osmanlı saray mutfağı'na ait gastronomik unsurların günümüz türk mutfağı ile kıyaslanması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(2), 62-74.
<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/117632>
- Karaman, N. (2023). Orta Asya'dan Cumhuriyet dönemi Türkiye'sine: Tarihsel süreç içerisinde Türk mutfak kültürünün gelişimi. *Bahkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(49/1), 595-610.
<https://doi.org/10.31795/baunsobed.1354735>
- Karhan, J. (2021). Toplumsal ve kültürel bir içecek: "Türk Kahvesi". *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergisi*, 52, 149-165.
<https://doi.org/10.17498/kdeniz.998437>
- Kavlak, E., Akova, S. (2022). Y ve Z kuşağının kahve kültürünün popüler kültür bağlamında değerlendirilmesi. *Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 4(2), 1-33.
<https://doi.org/10.56493/nkusbmyo.1151864>
- Kızıldemir, Ö., Saruışık, M., Öztürk, E. (2014). Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişiminde yaşanan değişimler. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(3), 191-210.
- Kınay, A. G. (2024). Türk sofra adabını konu alan araştırmalar üzerine bir inceleme. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 15(55), 37-49.
<http://dx.doi.org/10.35826/ijoess.4400>.

- Kuisel, R. F. (1993). *Seducing the French: The Dilemma of Americanization*. University of California Press.
- Köksalan, N. (2021). Tüketim kültürünün yaygınlaşmasında sosyal onayın rolü: kavramsal bir inceleme. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 5(12), 27-39.
<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1688128>
- Közleme, O. (2012). *Türk Mutfağı Kültürü ve Din*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Mak, H. A., Lumbers, M., Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171-196.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.010>.
- Mendez, C. D. (2014). Food and social change: Signs of change in Spanish eating habits. *Italian Sociological Review*, 4(2), 207-220.
<https://doi.org/10.13136/isr.v4i2.83>.
- Nanda, S. (2024). Exploring the melting pot: An in-depth review of fusion cuisine in contemporary gastronomy and its cultural, nutritional, and culinary innovations. Chandigarh Philosophers, Chandigarh Group of Colleges.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35521.36966>
- Nützenadel, A., Trentmann, F. (2008). *Food and Globalization: Consumption, Markets and Politics in the Modern World*. Oxford: Berg.
- Önçel, S. (2015). Türk mutfağı ve geleceğine ilişkin değerlendirmeler (Turkish Cuisine and an assessment on its Future). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 33-44.
- Özaydın, E. C., Yalçın, İ. (2025). Küreselleşme teorileri çerçevesinde Türk mutfak kültürünün dönüşümü. *Journal of New Tourism Trends*, 6(1), 116-129.
<https://doi.org/10.58768/joinntt.1605999>
- Özdemir, M. (2022). Tüketim toplumunda gastronomi ve sağlık. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İnsan Bilimleri Dergisi*, 3(1), 207-232.
<https://doi.org/10.51533/insanbilimleri.1104750>.
- Pala, K. (2023). *Güncel Sosyal Bilimler Araştırmaları. İçinde Cumhuriyetle Birlikte Anadolu Mutfak Kültüründe Yaşanan Değişim ve Gelişimin Değerlendirilmesi*, M. Yıldırım (Ed.), 63- 74. İzmir: Duvar Yayınları.
- Ritzer, G. (2011a). *Globalization: The Essentials*. West Sussex / U.K: Wiley-Blackwel.
- Ritzer, G. (2011b). *Modern sosyoloji kuramları*. (H. Hülür, Çev.) Ankara: De ki sosyoloji Yayınları.
- starbucks. (2024). Ağustos. starbucks.com.tr: <https://www.starbucks.com.tr/about-us/company-information> (Erişim 06 Ağustos 2024).
- Şeşen, E., Şiker, P. (2019). Kahvehaneden Starbucks'a: Gösterişçi tüketimden gösterişçi sıradanlığa. *Social Sciences Studies Journal (SSSJournal)* 5(38), 3345-3356. <http://dx.doi.org/10.26449/sssj.1586>
- Taş, S. (2020). Tüketim karşıtı yaşam tarzları: Freeganizm, gönüllü sadelik ve minimalizm. *Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi* (6), 38-64.
<https://doi.org/10.48131/jscs.820039>.

- Uçuk, C., Buyruk, L. (2020). Postmodernizmin Türk Mutfak kültürüne etkileri üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(2), 270-286.
<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1284294>
- Uyar, H., Zengin, B. (2015, Eylül). Gastronomi turizminin alternatif turizm çeşidi olarak değerlendirilmesi bağlamında gastronomi turizm indeksinin oluşturulması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* (17), 355-376.
<https://doi.org/10.16992/ASOS.808>
- Uzel, R. A. (2018). Geleneksel mutfak kültürü ve tarımsal ürün çeşitliliğinin, üniversite öğrencileri beslenme durumu üzerine etkisi. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 55(1), 37-44.
<https://doi.org/10.20289/zfdergi.358701>